

**CITRA DAN *PERCEIVED VALUE* PUSKESMAS TERSERTIFIKASI ISO 9001
(STUDI KASUS: SEBUAH PUSKESMAS DI KOTA BOGOR)**
***Image and Perceived Value of ISO 9001 Certified Public Health Center (Case Study: A
Public Health Center In Bogor)***

Sik Sumaedi dan Medi Yarmen

Pusat Penelitian Sistem Mutu dan Teknologi Pengujian – LIPI
Kawasan Puspiptek, Gedung 410, Setu, Tangerang, 15314, Indonesia
E-mail : siks002@lipi.go.id, medi.yarmen@lipi.go.id

Diterima: 5 Juni 2015, Direvisi: 22 Juni 2015, Disetujui: 30 Juni 2015

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis citra dan *perceived value* Puskesmas tersertifikasi ISO 9001, dalam hal ini adalah sebuah Puskesmas di Kota Bogor. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metodologi penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei. Responden penelitian sebanyak 157 pengguna Puskesmas yang menjadi obyek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian pengguna terhadap citra sebuah Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor adalah sebesar 5,26, yang menunjukkan citra Puskesmas tersebut baik. Penilaian pengguna terhadap *perceived value* sebuah Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor adalah sebesar 5,41, yang menunjukkan *perceived value* Puskesmas tersebut baik. Nilai hubungan *perceived value* dan citra pada sebuah Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor adalah sebesar 0,601 yang berarti berkorelasi positif dan kuat.

Kata kunci: ISO 9001, puskesmas, citra, *perceived value*, pengguna.

Abstract

This research aims to analyse the image and perceived value of an ISO 9001 certified Public Health Center in Bogor. The research methodology applied is quantitative research methodology. The data collection was performed through survey. The research respondents are 157 users of the Public Health Center. The research result showed that the user evaluation value on the image of the Public Health Center is 5.26, which means the image is good. The user evaluation value on the perceived value of the Public Health Center is 5.41, which means the perceived value is good. The value of the correlation between perceived value and image is 0.601, which means those variables strongly and positively correlated.

Keywords: ISO 9001, public health center, image, perceived value, image.

1. PENDAHULUAN

ISO 9001 merupakan standar manajemen mutu yang paling banyak diadopsi oleh organisasi, baik profit maupun non profit, di seluruh dunia (Zeng dkk, 2005; Rakhmawati dkk, 2014). Lebih dari 1 juta organisasi yang tersebar di lebih dari 140 negara telah tersertifikasi ISO 9001 (ISO, 2010). Fenomena ini mungkin terjadi karena penerapan standar ISO 9001 menjanjikan banyak manfaat bagi organisasi, baik yang bersifat manfaat eksternal maupun manfaat internal (Sampaio dkk, 2009). Manfaat internal meliputi diantaranya peningkatan efektivitas kerja, penurunan biaya, dan produktivitas kerja sedangkan manfaat eksternal termasuk tetapi tidak terbatas pada peningkatan peluang untuk

memasuki pasar baru dan peningkatan penjualan (Sampaio dkk, 2009).

Tren penerapan ISO 9001 juga telah merambah sektor pelayanan kesehatan (Rakhmawati dkk, 2014). Di Indonesia, Puskesmas, yang merupakan salah satu organisasi pemerintah yang bertugas memberikan pelayanan kesehatan, juga banyak yang telah menerapkan ISO 9001 (Rakhmawati dkk, 2014). Puskesmas di berbagai daerah, seperti DKI Jakarta, Kota Tangerang, Kota Bogor, dan lain-lain, telah sejak lama tersertifikasi ISO 9001. Hal ini dapat dimengerti mengingat sebagai sebuah organisasi pemerintah, Puskesmas memang dituntut untuk melakukan reformasi birokrasi dalam rangka meningkatkan kinerja pelayanan publik yang

dijalankannya untuk masyarakat. Pada sisi lain, ISO 9001 diyakini dapat memberikan panduan untuk mencapai hal tersebut (Rakhmawati dkk, 2014). Pertanyaannya, saat ini, apakah penerapan ISO 9001 tersebut telah memberikan manfaat yang signifikan bagi Puskesmas, terutama dilihat dari sudut pandang pengguna Puskesmas. Dengan kata lain, diperlukan evaluasi efektifitas penerapan ISO 9001 di Puskesmas dengan menggunakan sudut pandang penggunanya.

Evaluasi efektifitas penerapan ISO 9001 dengan menggunakan sudut pandang pelanggan merupakan suatu hal yang penting untuk dilakukan (Caro dan Garcia, 2009; Rakhmawati dkk, 2014). Hal ini disebabkan ISO 9001 merupakan standar manajemen mutu yang mengarahkan organisasi untuk menerapkan sistem manajemen mutu yang berfokus pada pelanggan (Hoyle, 2009). Praktek-praktek manajemen mutu organisasi yang tersertifikasi ISO 9001 idealnya dijalankan dalam rangka memastikan persyaratan pelanggan terpenuhi (Hoyle, 2009; Boiral, 2011). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *bottom line* dari penerapan ISO 9001 adalah baiknya kinerja organisasi dari sudut pandang pelanggannya (Rakhmawati dkk, 2014).

Dalam literatur, citra dan *perceived value* merupakan dua konstruk yang berhubungan dengan kinerja organisasi dari sudut pandang pelanggan. Kedua konstruk ini telah diyakini sebagai variabel psikologis pelanggan yang penting untuk diperhatikan (Sumaedi dkk, 2014a). Hal ini disebabkan kedua konstruk ini telah terbukti secara empiris memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Sumaedi dkk, 2014a). Dalam konteks Puskesmas, yang memiliki karakteristik pelayanan bersifat *credence* (Zeithaml dkk, 2009; Sumaedi dkk, 2014b), kedua variabel tersebut haruslah dipastikan bernilai baik. Secara ideal, sertifikasi ISO 9001 dapat mengarahkan Puskesmas untuk mengembangkan praktek-praktek manajemen mutu memastikan persyaratan pelanggan terpenuhi, yang seharusnya akan menghasilkan baiknya citra dan *perceived value* yang baik (Naveh dan Marcus, 2005; van den Heuvel dkk, 2005; Caro dan Garcia, 2009). Selain itu, baiknya citra dan *perceived value* juga dapat disebabkan adanya kemungkinan pemanfaatan sertifikat ISO 9001 oleh pengguna Puskesmas sebagai sebuah sinyal positif yang berpengaruh terhadap penilaiannya terhadap pelayanan Puskesmas (Terlaak dan King, 2006). Oleh karena itu, citra dan *perceived value* merupakan dua ukuran kinerja Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 yang penting. Dengan kata lain, diperlukan

analisis terhadap citra dan *perceived value* Puskesmas tersertifikasi ISO 9001. Sayangnya, hingga saat ini, dalam literatur upaya terkait hal tersebut masih sangat terbatas.

Salah satu isu penting terkait ISO 9001 adalah efektivitas penerapan sistem manajemen mutu berdasarkan standar tersebut. Hal ini disebabkan adanya penelitian empiris yang menunjukkan bahwa penerapan ISO 9001 ternyata tidak memberikan dampak yang signifikan bagi organisasi (Boiral, 2011; Sampaio dkk, 2011; Martinez-Costa dan Martinez-Lorente, 2007). Kondisi ini menyebabkan diperlukannya penelitian terkait efektifitas penerapan ISO 9001. Sesuai dengan pembahasan pada bagian latar belakang, efektifitas penerapan ISO 9001 sebaiknya dilihat dari sudut pandang pelanggan (Rakhmawati dkk, 2014). Dalam kaitan itu, efektifitas penerapan ISO 9001 pada Puskesmas dari sudut pandang penggunanya perlu mendapat perhatian. Hal ini disebabkan masih adanya keluhan pengguna terkait pelayanan Puskesmas. Secara spesifik, sesuai uraian dalam latar belakang, citra dan *perceived value* Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 perlu dikaji. Mengingat hal itu, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimanakah penilaian pengguna terhadap citra dan *perceived value* Puskesmas yang telah tersertifikasi ISO 9001? Apakah hubungan antara citra dan *perceived value* dalam konteks Puskesmas yang telah tersertifikasi ISO 9001.

Beranjak dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, untuk mengisi kesenjangan yang ada dalam literatur, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis citra dan *perceived value* Puskesmas tersertifikasi ISO 9001, dalam hal ini adalah sebuah Puskesmas di Kota Bogor. Secara lebih spesifik, tujuan penelitian ini adalah untuk 1) mengetahui penilaian pengguna terhadap citra sebuah Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor, 2) mengetahui penilaian pengguna terhadap *perceived value* sebuah Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor, dan 3) mengetahui hubungan *perceived value* dan citra sebuah Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 ISO 9001 di Sektor Pelayanan Kesehatan

ISO 9001 merupakan standar internasional yang mengatur persyaratan-persyaratan manajemen mutu yang harus dijalankan oleh organisasi dengan tiga tujuan utama, yaitu 1) memastikan terpenuhinya persyaratan pelanggan dan peraturan perundangan, 2) mencapai kepuasan pelanggan, dan 3) mendorong perbaikan

berkelanjutan (ISO, 2008; van den Heuvel dkk, 2005). ISO 9001 pertama kali dipublikasikan pada tahun 1987, dan direvisi secara berturut-turut pada tahun 1994, 2000, dan 2008 (Hoyle, 2009). Standar ini diyakini sebagai salah satu *best practices* yang dapat memberikan manfaat berarti apabila diadopsi dan diterapkan secara konsisten oleh organisasi, termasuk organisasi di sektor pelayanan kesehatan (van den Heuvel dkk, 2005).

ISO 9001 merupakan standar yang bersifat generik dengan konsep dan istilah yang digunakan cenderung pada konsep dan istilah dalam industri manufaktur (ISO, 2008; Hoyle, 2009; Rakhmawati dkk, 2014). Hal ini membuat penerapan ISO 9001 pada sektor non manufaktur memerlukan interpretasi persyaratan secara khusus (Chin dkk, 2004; Helbig dkk, 2011; Rakhmawati dkk, 2014). Dalam kaitan dengan hal tersebut, pada sektor pelayanan kesehatan, dokumen IWA 1 merupakan dokumen yang dirancang untuk mendampingi penerapan ISO 9001 pada sektor kesehatan. Organisasi pelayanan kesehatan yang ingin menerapkan ISO 9001 dapat menggunakan IWA 1 sebagai panduan interpretasi persyaratan standar.

2.2 Manfaat Penerapan ISO 9001 pada Sektor Pelayanan Kesehatan

Organisasi-organisasi yang menerapkan ISO 9001 memiliki motivasi yang beragam (Sampaio dkk, 2009). Akan tetapi, secara umum motivasi mereka dapat diklasifikasikan menjadi motivasi eksternal dan motivasi internal (Sampaio dkk, 2009). Motivasi organisasi-organisasi dalam menerapkan ISO 9001 akan berkorelasi dengan manfaat yang akan mereka dapatkan (Prajogo, 2011). Lebih lanjut, organisasi pelayanan kesehatan dapat memperoleh manfaat yang beragam untuk penerapan ISO 9001 dan bahkan dapat tidak memperoleh manfaat yang berarti (Rakhmawati dkk, 2014). Meski demikian, pentingnya penerapan ISO 9001 pada organisasi pelayanan kesehatan secara umum telah sepakati oleh beberapa peneliti (van den Heuvel dkk, 2005; Vitner dkk, 2011; Rakhmawati dkk, 2014).

Manfaat penerapan ISO 9001 bagi pengguna organisasi pelayanan kesehatan dapat ditimbulkan karena dua hal. Pertama, hal tersebut terjadi karena penerapan ISO 9001 akan mampu mengarahkan organisasi untuk melahirkan praktek-praktek pelayanan yang menjamin terpenuhinya persyaratan pelanggan (Naveh dan Marcus, 2005; van den Heuvel dkk, 2005). Kedua, hal tersebut terjadi karena

mekanisme yang telah diungkap dalam teori sinyal (Terlaak dan King, 2006). Secara lebih spesifik, pengguna organisasi pelayanan kesehatan akan memanfaatkan sertifikat ISO 9001 sebagai sinyal yang relevan bagi mereka untuk menilai penyedia pelayanan kesehatan. Hal ini terjadi karena pelayanan kesehatan dapat dikategorikan sebagai jasa yang bersifat *credence*, yaitu jasa yang sulit untuk dievaluasi oleh pelanggannya mengingat keterbatasan kompetensi yang dimiliki (Sumaedi dkk, 2014b).

2.3 Citra

Citra merupakan konsep yang digunakan untuk merepresentasikan impresi yang terdapat dalam memori seseorang terkait suatu obyek (Bridson dan Mavondo, 2011; Sumaedi dkk., 2014a). Dalam konteks pemasaran, citra merupakan persepsi yang dimiliki oleh seorang pelanggan terkait produsen dan asosiasi-asosiasi terhadapnya (Kotler dan Keller, 2011). Lebih lanjut, citra suatu produsen disebabkan akumulasi pengetahuan, perasaan, keyakinan, maupun pengalaman yang dimiliki oleh pelanggan saat berinteraksi dengan produsen (Bridson dan Mavondo, 2011). Oleh karena itu, dalam konteks Puskesmas, citra dapat didefinisikan sebagai impresi yang dimiliki oleh pengguna Puskesmas terhadap Puskesmas dan impresi tersebut mencakup asosiasi yang ada di dalam memori pengguna terkait Puskesmas.

Peran penting citra telah diidentifikasi dalam literatur (Sumaedi dkk, 2014a). Banyak peneliti telah mengkonfirmasi bahwa citra memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, seperti Ryu dkk (2012), Brandão dkk (2011), dan Meng dkk (2011). Dalam konteks pelayanan publik, citra juga telah diyakini sebagai variabel yang memegang peranan penting (Sumaedi dkk, 2014a). Peran citra semakin mutlak diperhatikan dengan adanya kemungkinan terjadinya fenomena *hallo effect*, penilaian seseorang terhadap suatu obyek akan positif apabila citra obyek tersebut positif, dan *devil effect*, penilaian seseorang terhadap suatu obyek akan negatif apabila citra obyek tersebut negatif (Cook dkk, 2003). Oleh karena itu, citra mutlak suatu hal yang harus diperhatikan oleh Puskesmas.

2.4 Perceived Value

Banyak peneliti telah berusaha mendefinisikan konsep tersebut dan mereka bersepakat bahwa *perceived value* dapat dilihat sebagai persepsi yang dimiliki oleh pelanggan terkait perbandingan antara manfaat yang mereka peroleh dari suatu produsen dengan

pengorbanan yang mereka harus lakukan untuk mendapatkannya (Kotler dan Keller, 2011; Sumaedi, 2014a; 2014b). Manfaat yang diperoleh oleh pelanggan mencakup manfaat fungsional utilitarian maupun manfaat hedonik sedangkan pengorbanan yang harus dilakukan pelanggan mencakup pengorbanan moneter maupun non moneter (Bruhn, 2003; Sumaedi dkk, 2014a). Pandangan yang sama juga dianut oleh para peneliti pelayanan kesehatan (Moliner, 2009; Sumaedi dkk, 2014b). Lebih lanjut, oleh karena itu, secara spesifik, dalam konteks Puskesmas, *perceived value* dapat dipandang sebagai persepsi yang dimiliki oleh pengguna Puskesmas terkait perbandingan antara manfaat yang mereka peroleh dari suatu puskesmas dengan pengorbanan yang mereka harus lakukan untuk memperoleh manfaat tersebut.

Teori *value* telah menekankan bahwa tujuan utama seorang membeli suatu produk adalah memaksimalkan *value* yang diperolehnya (Bruhn, 2003; Sumaedi dkk, 2014a). Lebih lanjut, untuk memperkuat pandangan tentang pentingnya *value*, para peneliti bahkan menyebut bahwa *value* merupakan ukuran mendasar untuk menilai suatu transaksi pertukaran antara pelanggan dan produsen (Kotler dan Keller, 2011; Sumaedi dkk, 2014a). Berdasarkan tingkat kepentingannya tersebut, *perceived value* kemudian menjadi konsep yang populer dalam literatur yang berhubungan dengan pelanggan. Secara empiris, banyak peneliti telah membuktikan bahwa *perceived value* berpengaruh terhadap variabel psikologis kunci pelanggan, seperti kepercayaan (Sun dan Chen, 2012), kepuasan (Jen dkk, 2011), hingga loyalitas (Wen dkk, 2005). Hal ini juga terjadi pada sektor pelayanan kesehatan (Choi dkk, 2004; Moliner, 2009; Sumaedi dkk, 2014b). Oleh karena itu, *perceived value* merupakan suatu hal yang harus diperhatikan oleh Puskesmas.

2.5 Hipotesis Penelitian

ISO 9001 merupakan standar manajemen mutu yang mengarahkan organisasi untuk memenuhi persyaratan pelanggannya (Hoyle, 2009). Dengan demikian, apabila Puskesmas menerapkan ISO 9001 secara konsisten, organisasi tersebut akan dapat melahirkan praktek-praktek pelayanan yang baik bagi penggunanya. Lebih lanjut, praktek-praktek pelayanan yang baik tersebut akan memberikan impresi yang baik bagi penggunanya, yang merupakan akar dari citra Puskesmas, dan juga memberikan nilai tambah bagi penggunanya, yang merupakan akar dari *perceived value*. Selain itu, menurut teori sinyal, untuk konteks jasa yang pelanggan tidak memiliki kompetensi

dan informasi yang memadai untuk menilainya, ia cenderung memanfaatkan sinyal-sinyal yang dianggap relevan (Terlaak dan King, 2006). Sinyal-sinyal tersebut akan menambah impresi dari pengguna, yang merupakan akar dari citra Puskesmas, dan juga memberikan nilai tambah bagi penggunanya, yang merupakan akar dari *perceived value*. Sertifikat ISO 9001 merupakan sertifikat yang sudah dikenal secara luas sebagai sinyal untuk menandakan kepedulian organisasi terhadap kualitas (Terlaak dan King, 2006). Kondisi ini memungkinkan sertifikat ISO 9001 dipandang sebagai sinyal relevan yang menambah impresi dan nilai tambah bagi pengguna Puskesmas. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis pertama dan kedua penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 1 (H1): Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 akan memiliki citra yang baik

Hipotesis 2 (H2): Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 akan memiliki *perceived value* yang baik

Citra dan *perceived value* merupakan dua konsep yang sering dibahas dalam literatur. Beberapa penelitian di luar konteks pelayanan kesehatan, seperti Ryu dkk (2012), Alireza dkk (2011), Meng dkk (2011), Liou dan Tsao (2010) dan Sumaedi dkk (2014a), telah membuktikan adanya hubungan positif antara citra dan *perceived value*. Mengingat hal itu, kondisi serupa diharapkan dapat ditemukan pada Puskesmas tersertifikasi ISO 9001. Oleh karena itu, hipotesis ketiga penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 3 (H3): Hubungan antara citra dan *perceived value* pada Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 adalah positif

3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Rancangan penelitian yang dijalankan adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode survei. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Dalam kuesioner, ditanyakan mengenai citra dan *perceived value* Puskesmas yang menjadi obyek penelitian.

Untuk memastikan validitas isi, indikator-indikator yang digunakan diperoleh dari literatur (Sekaran dan Bougie, 2011; Sumaedi dkk, 2014b). Secara spesifik, citra dan *perceived value* diukur dengan menggunakan masing-masing tiga indikator. Operasionalisasi dari variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 1. Setiap indikator tersebut diukur dengan menggunakan skala likert 7 poin, mulai dari 1 = sangat tidak setuju hingga 7 = sangat setuju.

Tabel 1 Operasionalisasi variabel penelitian.

Variabel	Definisi Operasional	Sumber (Diadaptasi dari)
Citra	Impresi/Kesan yang dimiliki oleh pengguna Puskesmas terhadap Puskesmas, mencakup didalamnya asosiasi Puskesmas yang ada dalam memori pengguna	Bridson dan Mavondo, (2011) dan Sumaedi dkk. (2014a)
<i>Perceived Value</i>	Persepsi yang dimiliki oleh pengguna Puskesmas terkait perbandingan antara manfaat yang mereka peroleh dari suatu puskesmas dengan pengorbanan yang mereka harus lakukan untuk memperoleh manfaat tersebut.	Moliner (2009); Sumaedi dkk (2014b)

3.2 Pengumpulan Data

Data penelitian ini dikumpulkan melalui survei dengan menggunakan kuesioner. Data yang dikumpulkan dalam kuesioner mencakup profil demografis responden dan juga pertanyaan terkait indikator citra dan *perceived value*. Survei dilakukan di lokasi sebuah Puskesmas yang telah tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor. Hal ini untuk memastikan bahwa responden survei adalah pengguna Puskesmas tersebut. Lebih jelas, responden tersebut sebanyak 157 pengguna Puskesmas tersebut. Jumlah ini memenuhi persyaratan untuk melakukan analisis dengan teknik statistik yang diterapkan pada penelitian ini (Hair dkk, 2006). Tabel 2 menunjukkan profil demografis dari responden tersebut.

Tabel 2 Profil demografis responden penelitian.

Variabel	Kategori	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	50.3
	Wanita	49.7
Usia	≤ 20 tahun	15.3
	21-30 tahun	20.4
	31-40 tahun	26.1
	41-50 tahun	21.7
	≥ 51 tahun	16.6
Pendidikan	Lainnya	8.9
	SLTP	22.3
	SLTA	56.1
	Diploma	5.1
	Sarjana	7.0
	Pascasarjana	0.6
Status Pernikahan	Belum Menikah	20.4
	Menikah	74.5
	Duda/Janda	5.1

3.3 Analisis Data

3.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Analisis data diawali dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk memastikan validitas indikator yang digunakan dalam penelitian (Sekaran dan Bougie, 2011). Hal ini dilakukan dengan

menggunakan analisis faktor, dimana validitas konstruk terpenuhi apabila memiliki nilai (1) Kaiser Meyer Olkin value ≥ 0.5 ; (2) nilai p dari *Bartlett Test of Sphericity* ≤ 0.05 ; dan (3) nilai *loading* faktor dari setiap indikator ≥ 0.5 (Hair dkk, 2006; Lai dan Chen, 2011; Malhotra, 2007). Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi/keandalan indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk penelitian (Sekaran dan Bougie, 2011). Analisis koefisien cronbach alpha dilakukan dengan ketentuan reliabilitas terpenuhi apabila nilai koefisien cronbach alpha ≥ 0.6 (Sekaran dan Bougie, 2010; Lai dan Chen, 2011).

3.3.2 Analisis Penilaian Citra dan *Perceived Value*

Untuk menganalisis penilaian responden pengguna terhadap citra dan *perceived value* sebuah Puskesmas yang telah tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor, nilai kedua variabel tersebut diperoleh dengan pendekatan *summated scales*. Dalam hal ini, penilaian seorang responden terhadap sebuah variabel (misalkan citra) diperoleh dari nilai rata-rata penilaian responden tersebut terhadap indikator-indikator penyusunnya (misalkan dalam konteks citra, tiga indikator penyusunnya) (Hair dkk, 2006). Setelah itu, penilaian responden secara keseluruhan diperoleh dari jumlah nilai hasil penilaian setiap responden dibagi dengan jumlah responden (Hair dkk, 2006).

Untuk menentukan apakah penilaian responden terhadap citra dan *perceived value* tersebut baik atau tidak, digunakan analisis statistik *one sample t-test*. Sebagai *cut off value*, nilai tengah dari skala yang digunakan untuk mengukur indikator menjadi acuan. Dalam penelitian ini, skala yang digunakan adalah skala 7 poin. Oleh karena itu, *cut off value* yang digunakan adalah 4. Penilaian responden dinyatakan baik apabila hasil *one sample t-test* menunjukkan bahwa nilai variabel lebih besar dari 4 dan perbedaannya signifikan secara statistik. Sebaliknya, penilaian responden dinyatakan belum baik apabila nilai variabel tidak

lebih besar dari 4 secara signifikan. Untuk menentukan signifikansi secara statistik, nilai p menjadi acuan, dimana nilai $p \leq 0.05$ menunjukkan perbedaan bersifat signifikan (Sekaran dan Bougie, 2011). Seluruh analisis statistik dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan software SPSS 17.

3.3.3 Analisis Hubungan *Perceived Value* dan Citra

Untuk menganalisis hubungan antara *perceived value* dan citra, digunakan analisis statistik korelasi pearson. Hubungan dari kedua variabel tersebut akan dilihat berdasarkan nilai koefisien r dan nilai p . Apabila nilai $p \leq 0.05$ menunjukkan bahwa koefisien r signifikan secara statistik (Sekaran dan Bougie, 2011). Sementara itu, nilai r menunjukkan kekuatan dan arah hubungan (Sekaran dan Bougie, 2011).

Tabel 3 Interpretasi nilai r .

Nilai r	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 1994.

Tabel 4 Hasil uji validitas dan reliabilitas.

Variabel	Nilai KMO	Nilai p Bartlett Test of Sphericity	Loading Factor	Cronbach Alpha
Citra	0.714	0.000	0.917 - 0.977	0.948
<i>Perceived Value</i>	0.727	0.000	0.930 – 0.978	0.958

Tabel 5 Hasil penilaian citra dan *perceived value* dan hasil *one sample t-test*.

Variabel	Nilai menurut responden	nilai p (tingkat signifikansi)
Citra	5.26	0.000
<i>Perceived Value</i>	5.41	0.000

4.3 Hubungan antara *Perceived Value* dan Citra

Hasil analisis statistik korelasi menunjukkan bahwa nilai r antara variabel *perceived value* dan citra adalah sebesar 0,601 dengan nilai p sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut positif dan kuat. Lebih lanjut, korelasi antara kedua variabel tersebut juga signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis 3 penelitian ini terkonfirmasi.

Tabel 3 menunjukkan pedoman interpretasi nilai r terkait kekuatan hubungan dalam penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 4 menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan Tabel 4, dua variabel yang diselidiki (citra dan *perceived value*) memenuhi kriteria uji validitas dan reliabilitas yang telah dipaparkan pada bagian metodologi. Oleh karena itu, validitas dan reliabilitas untuk penelitian ini telah terkonfirmasi.

4.2 Hasil Penilaian Citra dan *Perceived Value*

Tabel 5 menunjukkan hasil penilaian responden terhadap citra (5.26) dan *perceived value* (5.41) sebuah Puskesmas yang telah tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor. Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa nilai citra dan *perceived value* Puskesmas tersebut lebih besar dari 4 dan signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian responden pengguna terhadap citra dan *perceived value* sebuah Puskesmas yang telah tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor adalah baik. Dengan demikian, hipotesis 1 dan 2 penelitian ini terkonfirmasi.

4.4 Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penilaian pengguna terhadap citra dan *perceived value* sebuah Puskesmas yang telah tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor secara berturut-turut sebesar 5,26 dan 5,41. Nilai p untuk citra dan *perceived value* masing-masing sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan penilaian pengguna terhadap citra dan *perceived value* sebuah Puskesmas yang telah tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor adalah baik. Lebih lanjut, kondisi ini mengindikasikan bahwa kinerja Puskesmas tersebut di mata penggunanya baik.

Sesuai dengan pembahasan pada bagian tinjauan pustaka, baiknya kinerja Puskesmas yang tersertifikasi ISO 9001 dari sudut pandang penggunanya dapat dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut. Pertama, ISO 9001 merupakan standar manajemen mutu yang mengarahkan

organisasi untuk memenuhi persyaratan pelanggannya (Hoyle, 2009). Dengan demikian, apabila Puskesmas menerapkan ISO 9001 secara konsisten, organisasi tersebut akan dapat melahirkan praktek-praktek pelayanan yang baik bagi penggunanya. Lebih lanjut, praktek-praktek pelayanan yang baik tersebut akan memberikan impresi yang baik bagi penggunanya, yang merupakan akar dari citra Puskesmas, dan juga memberikan nilai tambah bagi penggunanya, yang merupakan akar dari *perceived value*. Dengan kata lain, baiknya citra dan *perceived value* sebuah Puskesmas yang telah tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor dalam penelitian ini berhubungan dengan konsistensi Puskesmas dalam menerapkan ISO 9001.

Penjelasan berikutnya terkaitnya baiknya penilaian pengguna citra dan *perceived value* sebuah Puskesmas yang telah tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor berhubungan dengan teori sinyal. Dalam teori sinyal, untuk konteks jasa yang pelanggan tidak memiliki kompetensi dan informasi yang memadai untuk menilainya, ia cenderung memanfaatkan sinyal-sinyal yang dianggap relevan (Terlaak dan King, 2006). Sinyal-sinyal tersebut akan menambah impresi dari pengguna, yang merupakan akar dari citra Puskesmas, dan juga memberikan nilai tambah bagi penggunanya, yang merupakan akar dari *perceived value*. Sertifikat ISO 9001 merupakan sertifikat yang sudah dikenal secara luas sebagai sinyal untuk menandakan kepedulian organisasi terhadap kualitas (Terlaak dan King, 2006). Kondisi ini memungkinkan sertifikat ISO 9001 dipandang sebagai sinyal relevan yang menambah impresi dan nilai tambah bagi pengguna Puskesmas.

Temuan penelitian ini lainnya menunjukkan bahwa *perceived value* dan citra berhubungan secara positif (nilai $r = 0,601$) dan signifikan (nilai $p = 0,000$). Temuan ini mengkonfirmasi penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya di luar konteks pelayanan kesehatan, seperti Ryu dkk (2012), Alireza dkk (2011), Meng dkk (2011), Liou dan Tsao (2010) dan Sumaedi dkk (2014a). Temuan ini memiliki makna bahwa setiap peningkatan *perceived value* akan berimplikasi pada peningkatan citra Puskesmas dan juga sebaliknya. Lebih lanjut, temuan ini mengindikasikan tentang pentingnya Puskesmas untuk memperhatikan kedua variabel tersebut.

5. KESIMPULAN

Sesuai dengan tujuan penelitian, dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama, penilaian

pengguna terhadap citra sebuah Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor adalah sebesar 5,26, yang menunjukkan citra Puskesmas tersebut baik. Kedua, penilaian pengguna terhadap *perceived value* sebuah Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor adalah sebesar 5,41, yang menunjukkan citra Puskesmas tersebut baik. Ketiga, nilai hubungan *perceived value* dan citra pada sebuah Puskesmas tersertifikasi ISO 9001 di Kota Bogor adalah sebesar 0.601 yang berarti berkorelasi positif dengan kekuatan hubungan kuat.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya dilakukan untuk sebuah Puskesmas di Kota Bogor. Kedua, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *cross sectional*. Berdasarkan keterbatasan tersebut, direkomendasikan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut sebagai berikut. Pertama, dilakukan penelitian yang tidak hanya melibatkan pengguna sebuah Puskesmas di Kota Bogor. Kedua, dilakukan penelitian dengan pendekatan longitudinal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada I Gede Mahatma Yuda Bakti, Tri Widiyanti dan seluruh anggota kelompok penelitian manajemen mutu maupun staf P2SMTP LIPI lainnya yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alireza, F., Ali, K., dan Aram, F. (2011). *How quality, value, image, and satisfaction create loyalty at an iran telecom*. International Journal of Business & Management, 6(8), pp. 271-279.
- Boiral, O. (2011). Managing with ISO Systems: Lessons from Practice", Long Range Planning, 44(3), pp.197-220
- Brandao E. A., Muniz, R. M., Filho, C. G., Rocchiccioli, G. F., Souki, G. Q., dan Livramento, R. (2011). *Brand relationships on retailing: The impact of image on behavioral intentions of consumers*. Rev. Adm. UFSM. Santa Maria. 4(1), pp. 170-186.
- Bridson, K dan Mavando, F. (2011). *Corporate image in the leisure services sector*. Journal of Services Marketing, 25(3), pp.190-201.

- Bruhn, M. (2003). *Relationship Marketing: Management of Customer Relationships*. Financial Time Prentice Hal.
- Caro, L.M. dan García, J.A.M. (2009). *Does ISO 9000 certification affect consumer perceptions of the service provider?*. *Managing Service Quality*, 19(2), pp.140 – 161
- Chin, S., Kim, K. dan Kim, Y. S. (2004). *A Process-Based Quality Management Information System*. *Automation in Construction*, 13, pp. 241-259.
- Choi, K.-S., Cho, W.-H., Sunhee, L., Lee, H. dan Kim, C. (2004). *The relationships among quality, value, satisfaction and behavioural intention in health care provider choice: A South Korean study*. *Journal of Business Research*, 57(8), pp. 913-921.
- Cook, G. I., Marsh, R. L., dan Hicks, J. L. (2003). *Halo and devil effects demonstrate valenced-based influences on source-monitoring decisions*. *Consciousness & Cognition*, 12, pp. 257-278
- Diamantopoulos, A., Sarstedt, M., Fuchs, C., Wilczynski, P. dan Kaiser, S. (2012). *Guidelines for choosing between multi-item and single-item scales for construct measurement: A predictive validity perspective*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), pp. 434-449.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. dan Black, W.C. (2006). *Multivariate Data Analysis*. 6th edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Helbig, M., Helbig, S., Kahla-Witzsch, H. A., Kroll, T., dan May, A. (2010). *Certifying a University ENT Clinic Using The ISO 9001:2000 International Standard*. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 23(3), pp. 268-276.
- Hoyle, D. (2009). *ISO 9000 Quality System Handbook, Using The Standards as A Framework for Business Improvement*. Sixth Edition. Butterworth-Heinemann.
- ISO (2008). *ISO 9001, Quality Management System-Requirements*. ISO. Geneva.
- ISO. (2010). *ISO Survey 2009*. ISO Geneva.
- Jen, W., Tu, R., dan Lu, T. (2011). *Managing passenger behavioral intention: an integrated framework for service quality, satisfaction, perceived value, and switching barriers*. *Transportation*, 38, pp. 321-342.
- Kotler, P. dan Keller, K. (2011). *Marketing Management*. 14th edition. Prentice Hall.
- Lai, W.T. dan Chen, C.F. (2011). *Behavioral intention of public transit passenger – the role of service quality, perceived value, satisfaction and involvement*. *Transport Policy*, 18, pp. 318-325.
- Liou, Y dan Tsao, W.Y. (2010). *A study on the service model of public transportation: taiwan railways vs. taiwan high speed rail corporation*. *Service Science*, 1(2), pp. 32-42.
- Malhotra, N.K. (2007). *Marketing Research: An Applied Orientation*. 5th edition. Prentice Hall
- Martinez-Costa, M. and Martinez-Lorente, A. R. (2007). *A triple analysis of ISO 9000 effects on company performance*. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 56(5/6), pp. 484-499.
- Meng, S.H., Liang, G. S., and Yang, S. H. (2011). *The relationship of cruise image, perceived value, satisfaction, & post-purchase behavioral intention on Taiwanese tourists*. *African Journal of Business Management*, 5(1), pp. 19-29.
- Moliner, M.A. (2009). *Loyalty, perceived value, and relationship quality in healthcare services*. *Journal of Service Management*. 20(1), pp. 76-97.
- Naveh, E. dan Marcus, A. (2005). *Achieving competitive advantage through implementing a replicable management standard: Installing and using ISO 9000*. *Journal of Operations Management*, 24, pp. 1-26.
- Prajogo, D. I. (2011). *The roles of firms' motives in affecting the outcomes of ISO adoption*, *International Journal of Operations & Production Management*, 31(1), pp. 78-100.
- Rakhmawati, T., Sumaedi, S., dan Astrini, N.J. (2014). *ISO 9001 in health service sector: a review and future research proposal*. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 6(1), pp.17 - 29
- Ryu, K., Lee, H.R., dan Kim, W. G. (2012). *The influence of the quality of the physical environment, food, & service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), pp. 200 – 223.
- Sampaio, P., Saraiva, P., dan Rodrigues, A. G. (2009). *ISO 9001 certification research: questions, answers and approaches*.

- International Journal of Quality & Reliability Management, 26(1), pp. 38-58.
- Sampaio, P., Saraiva, P., dan Rodrigues, A. G. (2011). *The economic impact of quality management systems in Portuguese certified companies: Empirical evidence*. International Journal of Quality & Reliability Management, 28(9), pp. 929-950.
- Sekaran, U. dan Bougie, R. (2011). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. 5th edition, Wiley.
- Sugiyono (1994). *Metode Penelitian Administrasi*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sumaedi, S., Bakti, I.G.M.Y., Astrini, N.J., Rakhmawati, T., Widiati, T., dan Yarmen, M. (2014a). *Public Transport Passengers' Behavioural Intentions: Paratransit in Jabodetabek Indonesia*. SpringerBriefs in Business. Springer.
- Sumaedi, S., Bakti, I.G.M.Y., Astrini, N.J., Rakhmawati, T., Widiati, T., dan Yarmen, M. (2014b). *The empirical study on patient loyalty: The role of trust, perceived value, and satisfaction (a case study from Bekasi, Indonesia)*. Clinical Governance: An International Journal, 19(3), pp.269 – 283.
- Sun, S.Y. dan Chen, Y.C. (2012). *Constructing the reserach model of determinants of customer satisfaction in online shopping: from the perspectives of justice theory&value theory*. International Journal of Information Technology & Computer Science, 5, pp. 1 – 7.
- Terlaak, A. dan King, A. A. (2006). *The effect of certification with the ISO 9000 Quality Management Standard: A signaling approach*. Journal of Economic Behavior & Organization, 60, pp. 579-602.
- van den Heuvel, J., Koning, L., Bogers, Ad J. J. C., Berg, M., dan van Dijen, M. E. M. (2005). *An ISO 9001 Quality Management System in A Hospital, Bureaucracy or Just benefits?*. International Journal of Health Care Quality Assurance, 18(5), pp. 361-369.
- Vitner, G., Nadir, E., Feldman, M., dan Yurman, S. (2011). *ISO 9001 in A Neonatal Intensive Care Unit (NICU)*. International Journal of Health Care Quality Assurance, 24(8), pp 644-653.
- Wen,C.H. Lan, L.W. dan Cheng, H.L. (2005). *Structural equation modelling to determine passenger loyalty toward intercity bus services*. Journal of the Transportation Research Board, 1927, pp.249-255.
- Zeithaml, V., Bitner, M., dan Gremler, D. (2009). *Services marketing: integrating customer focus across the firm (5th ed)*. McGraw-Hill.
- Zeng, S.X., Tian, P. dan Shi, J.J. (2005), *Implementing Integration of ISO 9001 and ISO 14001 for Construction*. Managerial Auditing Journal, 20(4), pp. 394-407.

